

В диссертационный совет Д 212.196.04
на базе ФГБОУ ВО «Российский
экономический университет имени
Г.В. Плеханова»

ОТЗЫВ

на автореферат

на диссертационную работу Харионовской Аллы Борисовны на тему
«Совершенствование маркетинговой деятельности компании с учетом
устойчивости рыночных сегментов», представленную на соискание учёной
степени кандидата экономических наук по специальности 08.00.05 –
Экономика и управление народным хозяйством (маркетинг)

Автореферат отражает основное содержание диссертационного исследования. В работе охарактеризованы информационные рынки, проведен анализ методов и инструментов их сегментирования и подходов к ведению бизнеса в условиях перманентных изменений, выявлены причины и факторы снижения устойчивости сегментов, предложены методы и подходы для оценки устойчивости и использованию ее результатов в маркетинговой деятельности, проведена апробация предложенных решений путем прогноза абсолютного цепного прироста доли пользователей информационного продукта в случае использования и не использования предложенных разработок на 2017 г., с последующим сравнением с фактическими значениями, полученными в результате исследований рынка.

Автор выявляет влияние потребительского поведения пользователей на покупательское поведение компаний-клиентов на информационных рынках B2B, и предлагает стройную систему методов и подходов для оценки изменений, начиная с отдельных пользователей, затем объединяя их в однородные группы по признаку принадлежности к поколению, и далее для сегментов в целом, с учетом представленности в них пользователей разных поколений. Далее автор разрабатывает методические подходы совершенствования маркетинговой деятельности компании с учетом устойчивости сегментов и иллюстрирует их эффективность на примере рынка справочных правовых систем.

В диссертационном исследовании проведен сравнительный анализ вариантов ведения деятельности без учета и с учетом устойчивости сегментов, который показывает, что использование предложенного автором методического подхода положительно влияет на прирост доли пользователей информационного продукта.

Автор раскрыл теоретические и практические аспекты устойчивости сегментов. Результаты, полученные в диссертационном исследовании, достоверны в силу использования автором актуальной научной литературы и надежной информационной базы. Также автором проведено существенное количество самостоятельных исследований с использованием широкого спектра исследовательских методик. В работе автором поставлена и успешно решена задача разработки методического подхода к совершенствованию маркетинговой деятельности с учетом устойчивости рыночных сегментов.

Несмотря на глубокую проработку материала, использование широкой эмпирической базы, на наш взгляд, диссертационное исследование не лишено недостатков.

1. Так, желательно было бы провести апробацию не только на примере целевой аудитории бухгалтеров рынка справочных правовых систем, но и на других целевых аудиториях, например, юристах.
2. В автореферате недостаточно подробно представлен алгоритм применения предложенной методики на примере реальной компании, приведены только конечные результаты апробации.

Следует отметить, что указанные замечания не снижают общей положительной оценки работы. Результаты, полученные автором, достоверны, обладают научной новизной и практической значимостью. Содержание диссертационного исследования, его основные положения и выводы соответствуют требованиям ВАК Минобрнауки России (п. 9 «Положение о присуждении ученых степеней», утвержденное постановлением Правительства РФ от 23 сентября 2013 г. № 842), предъявляемым к диссертациям на соискание ученой степени кандидата экономических наук, а его автор, Харионовская Алла Борисовна, заслуживает присуждения степени кандидата экономических наук по специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством (маркетинг).

Заведующая кафедрой
маркетинга и рекламы, ФГБОУ ВО
«Ростовский государственный
экономический университет (РИНХ)»

д.э.н., доцент

10.04.19

Бондаренко Виктория Андреевна

Адрес: 344002, г. Ростов-на-Дону, ул. Б.Садовая, 69, к. 333

Тел.: (863) 237-02-55

E-mail: kafedra_mirddk@mail.ru



/В.А. Бондаренко/